

CA1
Cφ
-Z003

A RESEARCH PLAN FOR THE VISUAL ARTS IN CANADA

LIBRARY

MAY 6 1981

★ UNIVERSITY OF TORONTO ★



Government of Canada
Department of Communications
Arts and Culture

Gouvernement du Canada
Ministère des Communications
Arts et Culture

CONTENTS

1	INTRODUCTION	1
2	BACKGROUND FOR RESEARCH DESIGN	2
	Defining "visual art"	2
	An Analytical Framework	3
	Scheduling and Priorities	4
3	THE PROPOSED RESEARCH PROJECTS	5
	Creative/Production Stages	5
	• Visual Artists	5
	• Arts Training Institutions	6
	• Suppliers	6
	Distribution Stages	7
	• Distribution Intermediaries	7
	Consumption/Appreciation Stages	8
	• The General Public as Buyers and Viewers	8
	• Exhibiting Consumers/Buyers	8
	• Business and Other Institutions as Buyers and Exhibitors	9
	Related Elements	
	• Associations	9
	• The Foreign Sector	10
	• Other Industries That Use Visual Arts	10
	External Forces	11
	• Governments	11
	• The Communications Media	11
4	CONCLUSION	13
	CHART: AN ECONOMIC VIEWPOINT ON THE VISUAL ARTS IN CANADA	14

1 INTRODUCTION

Comprehensive and detailed documentation on the current visual arts scene in Canada does not exist, and relevant federal policy is now being developed. Therefore, the Research and Statistics Division of the Arts and Culture Branch of the Department of Communications engaged the Bureau of Management Consulting, an agency of Supply and Services Canada, to prepare an overview research plan that would eventually lead to more and better policy-oriented information on the visual arts in Canada.

The plan is built upon an analytical framework that uses an economic approach because it is expected that most future policy tools will have a direct impact on the commercial and economic dimensions of the visual arts. The plan consists of 12 specific and possible research studies. The information eventually to be gathered will serve as a basis for possible policy actions by the federal government, either directly or through one of its agencies. The findings should also provide input into private sector decisions as well as directly benefitting artists.

In order to design effective and manageable research packages, distinct groups had to be identified for individual study. Emphasis was placed on finding out who is in the groups, how they interact among themselves and with others, and the potential policy tools that can improve their situation. Priorities were placed on the projects by considering the amount of expected new knowledge, its usefulness for policy design, and its cost. As a result, a study of the distribution system for visual art is proposed for immediate action. Upon completion of the distribution study other studies will be undertaken as time, resources and priorities dictate.

During preparation of the plan, intensive discussions were held with a number of persons and organizations within Canada's arts community. These included individual artists and artists' organizations from across the country, art dealers' organizations, and government. Generally their responses were positive towards the idea of the research program, and a consensus evolved on most issues.

This brochure summarizes the research plan used by the Arts and Culture Branch.

2 BACKGROUND FOR RESEARCH DESIGN

As background for the research plan, certain guidelines delineating the scope of the individual projects were established. First, a working definition for the term "visual art" was developed. Second, a model or framework to identify the most suitable research modules was chosen. Third, the criteria used to decide priorities among the individual research projects were identified.

Defining "Visual Art"

"Visual art" is art that is primarily or exclusively appreciated by the visual sense. Opinions differ only when defining "art" itself. For the plan, the most suitable way to reach a workable consensus was to list the things to be considered as visual art and to identify the types of items that would be excluded.

Visual art works included, but were not restricted to, the following:

- Painting
- Drawing
- Sculpture
- Print
- Photography

- Artists' Books
- Multimedia art
- Environmental art
- Video art

Works excluded from the definition of visual art also were identified. This sets sensible limits on the scope of the possible studies. Excluded are:

- Film and video recordings
- Commercial art, i.e., works done for purposes of advertising non-art commodities or services
- Mass-produced decoration
- Works of performing arts, i.e., with live persons in the presentation
- Books of art works or about artists

In three other categories dividing lines are not as easily drawn. Decisions were made as follows: "*Crafts*" traditionally have been a common carrier of artistic expression and therefore some, but not all, crafts should be explicitly acknowledged as works of art for these studies. "*Amateur art*," produced by persons of wide-ranging degrees of skill, experience and talent, on occasion will be included in the scope of the studies. However, the emphasis in any study will be placed on "main-line" participants and their products. "*Native art*," produced by Indian and Inuit Canadians, will be included in the scope of all studies.

An Analytical Framework

The conceptual model used to design the plan is shown in the chart. It is an adaptation of a standard economic model commonly used to analyze any sector of commerce or industry. This approach was chosen because any acceptable policy tools are likely to be economic rather than artistic. Their impact can be estimated only if the economic environment is known. Moreover, works of art trade in the same ways as other commodities, whatever the quality of the items or the motivations of the participants, so the approach is definitely relevant.

The model has five main component parts: (1) raw materials and producers which combine to produce visual arts products;

(2) intermediaries who serve to distribute the products; (3) consumers who purchase and/or view the visual art; (4) related elements that frequently interact with the main participants; and (5), assorted external forces, including government policy, that influence the participants.

The arrows on the chart show the main product flows among the participants in the Canadian visual arts milieu. In the following section the membership of the participant groups is described, and 12 specific research projects focussing on these groups are identified.

Scheduling and Priorities

Since priorities and budgets will not necessarily permit the full research plan to be implemented (at least not for several years) each separate project was assessed according to the following criteria:

- (1) *State of Existing Knowledge*. What is the usefulness of the existing formal studies and data bases? When will it become appropriate to update existing knowledge?
- (2) *Expected "Payoff"*. Is there a sufficiently valuable expected "payoff" from the project to justify executing the study? For these purposes, "payoff" means the expected value of the results as a background to the evolution of new federal government policy for the visual arts.
- (3) *Costs of the Study*. The costs of a study must be evaluated in terms of time, staff, and dollars.

3 THE PROPOSED RESEARCH PROJECTS

To make the research plan manageable, the five component parts of the visual arts model have been further segmented into 12 participant groups. For each group, a separate study has been outlined that would investigate these main question areas:

Who are the members of the group and what are their characteristics? What are the economic, sociocultural and technical dimensions of the group?

How and *why* do group members interact with each other and with the rest of the world? What are the behavioral dimensions of the group?

What are the *problems*, both structural and behavioral, faced by the group's members and by the group as a whole?

What public policy action might alleviate the problems in the light of the findings from answering the first three questions?

Creative Production Stages

- *Visual Artists*

Membership in this group can be identified in several ways: a specified degree of professional training, a specified amount of annual production or sales, some peer-group or expert judgement, self-definition, or some combination of these criteria. As a first or initial criterion a person's self-defined status as a visual artists augmented by some secondary qualifying feature, e.g., teaching visual artist, will be adopted.

In 1978, Statistics Canada conducted a survey of visual artists that contained most of the useful basic information that would normally be determined by a study in this series. Therefore a new research project on visual artists is not proposed at this time.

- *Arts Training Institutions*

A group with important direct and indirect influences consists of that set of institutions which train and employ visual artists. Institutions also help to educate the consumers of visual art. The full group would include:

- all formally established institutions or organizations where persons may receive specialized training in one or more of the visual arts skills
- private tutorship, both full-time and part-time
- correspondence course institutions that provide similar services to those noted above.

The product of the study would be a report that provided a description of the past and present status of the arts training institutions in Canada. However, this group is not given a high priority because the potential for policy action, beyond more subsidies to institutions, is limited. Thus the payoff from a special study at this time would be low.

- *Suppliers*

This is the collection of persons and organizations that provides various services and the raw and semi-finished materials used by visual artists in the production, display, distribution, and preservation of their works.

The idea of a special study of the suppliers of goods and services to visual artists is one that has often been raised. Usually it has been heard of in the context of some problem (e.g., studio rents are too high; frames are too expensive; marble deliveries are too slow; etc.). Two reasons mitigate against a study of this broad topic. First, there is really a series of studies needed, one for each of the main supply groups. As a result, one finds a much more complex set of studies than first appears. Second, solutions to most of the problems are probably outside of the usual Arts and Culture Branch policy activities (e.g., local space rental for studios, foreign prices, etc.). Thus, the expected value of any result is minimal and no study will be carried out in the immediate future.

Distribution Stages

• *Distribution Intermediaries*

Distribution intermediaries offer works of art for rent or for sale, either wholesale or retail. A very broad definition, with several subclasses, would be used. Thus, this group:

- includes all organizations, or places, that normally offer works of visual artists to the public, e.g., auctions as well as commercial art galleries and artist-operated outlets
- includes export representatives for art produced in Canada and sold in foreign markets
- includes direct sales by the artist to final buyers, whether of finished works or specially commissioned works
- includes agents and art consultants who facilitate sales, rental, and use of visual art
- excludes public galleries that may rent art or offer reproductions of works of visual artists as a small sideline to their regular role of exhibiting visual art (see other definitions).

The result of this study would be an economic analysis of the intermediaries in the art market. Estimates of the aggregate market size would also be sought.

This group receives the highest priority in the whole plan. A study of these intermediaries will be carried out as soon as possible. The main reasons for this decision are that:

- this is a crucial area to understand for many other policy studies
- the payoff in terms of relevant, new knowledge is high
- the channels of distribution are reported to be a major concern of the artists with whom we have had contact, and
- costs and benefits justify a review.

Consumption/Appreciation Stages

- *The General Public as Buyers and Viewers*

The role of the public is to enjoy visual art either directly as buyers or renters, or indirectly as visitors to exhibits. For purposes of the study we have defined the general public as:

- all persons in Canada, citizens and visitors, in their specific capacities as viewers of or as final private buyers of the works of visual art.

The product of the research would be a report on the art-related activities of the general public. This report would be useful for developing marketing strategies. The need for other more specific studies would also be identified because it is believed that a key initial finding will be that the total market is fragmented into subgroups.

The development of a knowledge base on buyers is a major cornerstone for any possible policy intervention and as a marketing guide to artists. Therefore, this area receives high priority because of the potential value of the expected results, even though this type of research can be costly.

- *Exhibiting Consumers/Buyers*

This group would include institutions such as public galleries, archives and museums, which buy art primarily to exhibit rather than for resale. The members are indirect consumers but direct buyers. To identify the complete set of outlets in this group, a wide definition should be used to:

- include all organizations or places that normally display some or all of a (permanent) collection of works of visual artists to the general public as a prime reason for their operation and as the prime reason the public visits them
- excludes places or organizations that present works of visual artists merely by having them on display at places where the public normally goes for reasons other than to view these works, e.g., the foyer of an office building.

The research product envisioned here would consist of information on individual galleries plus aggregated data of various types. An immediate, special study on this group will not be carried out because the existing data from Statistics Canada and the Council for Business and the Arts in Canada (CBAC) provide a large base of numerical information with which to work.

- *Business and Other Institutions as Buyers and Exhibitors*

This group is significant because it can be an important source of patronage to artists, a potentially large buyer in the visual art market, and an exhibitor of visual art products. Typical examples are banks, hotels, or retail outlets. The following criteria would be relevant in identifying members for studies such as those envisaged here:

- all commercial and non-commercial persons, groups, or organizations in Canada (not elsewhere specified) involved in some way with the visual arts in Canada
- the above in their capacities as final buyers of the works of visual artists, or as patrons of such artists, or as exhibitors of such works when such exhibitions are a minor portion of their total business activities.

If it were not for the recent (1979) study by the CBAC on this group, it would clearly rank as a recommended study for prompt action. As it is, the project will be delayed since the existing data are an acceptable base for some policy decisions, the findings are not needed for other studies, and the estimated costs of the study are high compared with the expected payoff.

Related Elements

- *Associations*

Associations have important roles to play in all dimensions of the visual arts milieu, and a broad definition is needed that would:

- include all formally established groups or organizations that are formed, or that members join because of interest or involvement in the visual arts

- exclude any individual “gallery” as such, but include voluntary gallery associations of citizens such as the National Gallery Association in Ottawa
- include groups formed by other participants, e.g., an association of commercial galleries and artist or administrator groups.

The study on associations would determine their size, operating features, and influences. However, since these groups already present their views to government, there is no need for a special study of them at this time.

● *The Foreign Sector*

The foreign sector interacts in Canada as a source of material and supplies, a source of visual art products, a market for our visual art products, and as a supplier source of teachers and other educational services. Also, foreign art has historically provided a backdrop for the public’s understanding and appreciation of all visual art.

The foreign sector, broadly defined, would include:

- all producers and wholesalers, as sources and importers of the works of visual artists for sale or display in Canada
- all domestically based and operating exporters of visual art from Canada, whether the work is produced here or not
- all buyers and viewers of Canadian visual art outside Canada, e.g., galleries and festivals
- all arts training institutions outside Canada.

The proposed research would look at the study of the foreign sector as two substudies: a study of aggregate trade flows, and, a study to augment material that would have been collected by the other studies, e.g., retail or wholesale distribution. Because of the potential benefits and low cost, the first part of the study may be carried out soon. The second part must wait until results are in from other studies.

● *Other Industries That Use Visual Arts*

There are uses for visual art in addition to its first form of presentation, e.g., calendars,

posters, greeting cards, etc. These uses can provide extra income, exposure, and publicity for artists. While a special study of these participants will not be carried out, their existence, roles and significance will be taken into account during the other work. A list of these would include:

- all users of original visual art works as props in other situations, e.g., as part of an advertising setting, in performances of theatre, television and cinema, etc.
- all those who use original works of visual art in secondary form
- others, to be identified in the course of research.

External Forces

• *Governments*

The roles of government in the visual arts milieu include those of patron, buyer, subsidizer, promoter, etc., but exclude training since that role is set out separately. All levels of government are included, as well as direct agencies of government such as the Canada Council. Since public galleries are considered elsewhere, they are excluded from the group.

The objective of a study of government involvement with the visual arts would be to catalogue existing and past activities and to try to evaluate their impact on this sector. The findings would then be related to policy planning by the federal government, although the scope of the work would encompass federal, provincial and local levels.

Since there are evaluations being made on such programs by others, none is now planned as part of this package.

• *The Communications Media*

The communications media are indirect participants in the visual arts world, but they play an important role in presenting developments and promoting visual arts. The main objectives of a study of the media would be to identify the media's role and to estimate the size of their impact so that potential for greater or different use of the media can be

considered. The types of information sought will include extent and quality of coverage and response to coverage as well as potential for change and growth.

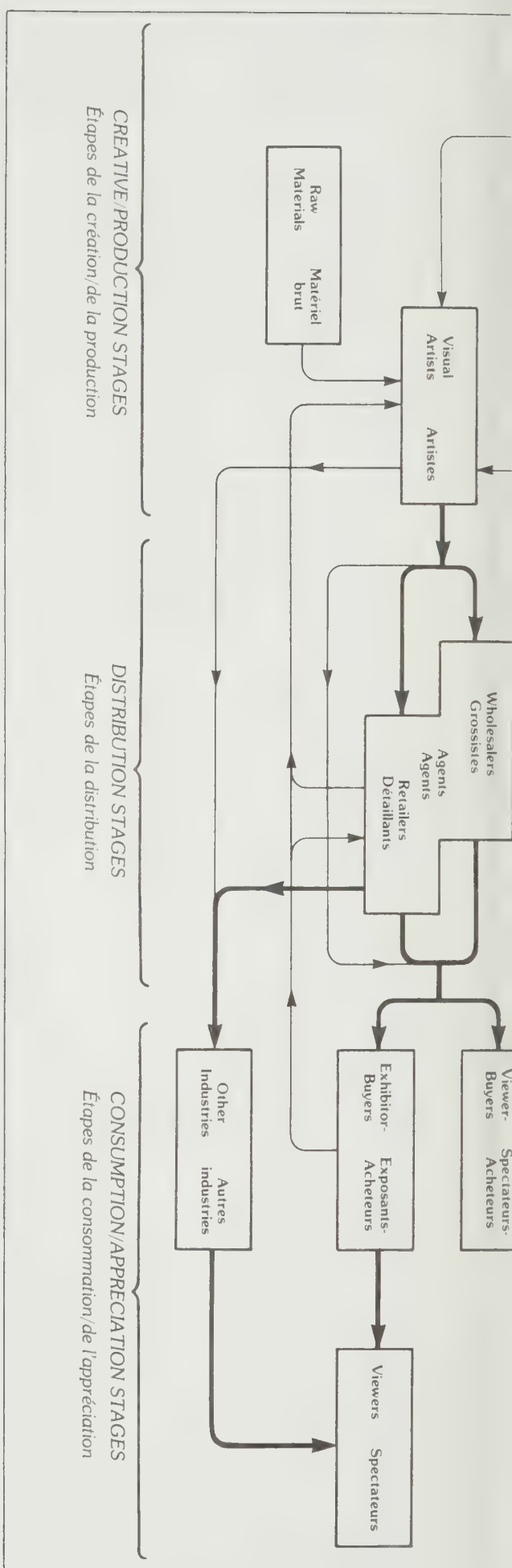
Although studies of media coverage in the visual arts would produce interesting background material, as a group they receive a lower priority than projects previously presented: other studies in the series are not contingent upon them and at this time the likelihood of extensive policy action emanating from them is low. A specific media study (i.e., television and visual arts) might be considered higher priority as the research program develops if warranted by policy payoff.

4 CONCLUSION

A study of how visual art is distributed in Canada will be launched in early 1981 and will be followed by other studies as priorities dictate and resources permit.

Any comments on the visual arts research plan as described in this brochure and on priorities for research would be appreciated and should be addressed to:

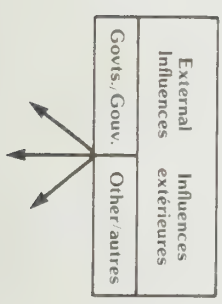
“VISUAL ARTS RESEARCH”
Research and Statistics Directorate
Arts and Culture Branch
Department of Communications
Ottawa, Ontario
K1A 0C8



CHART/GRAPHIQUE

AN ECONOMIC VIEWPOINT ON THE VISUAL ARTS IN CANADA

SCHÉMA ANALYTIQUE DES ARTS PLASTIQUES AU CANADA



Les études qui pourraient être menées sur la diffusion assurée aux arts plastiques par les médias de communication fourniraient certainement une documentation intéressante, quoique collectivement elles soient moins prioritaires que les autres projets envisagés. Elles ne sont pas nécessaires à la réalisation desdits projets, et il est fort peu probable, à l'heure actuelle, qu'on songe à s'en servir pour élaborer une batterie de mesures. Il se pourrait qu'une fois le programme amorcé, on songe à accorder une priorité plus élevée à une étude bien précise sur les médias (la télévision et les arts plastiques), mais il faudrait que celle-ci soit très rentable.

4. CONCLUSION

On entreprendra au début de l'année 1981 l'étude des modes de distribution des oeuvres d'art plastique. D'autres études suivront, en fonction des priorités et des possibilités financières.

Toute observation concernant le plan décrit dans la présente brochure et l'ordre de priorité des projets de recherche sera la bienvenue et devrait être communiquée à l'adresse suivante:

ÉTUDE SUR LES ARTS PLASTIQUES
Division de la recherche et des statistiques
Direction des arts et de la culture
Ministère des Communications
Ottawa (Ontario)
K1A 0C8

- tous ceux qui utilisent des oeuvres originales en les présentant sous une autre forme;
- d'autres usagers à déterminer.

Forces externes

• Les administrations gouvernementales

Dans la sphère des arts plastiques, les administrations gouvernementales jouent divers rôles: mécènes, acheteurs, organismes subventionnaires, promoteurs, etc., mais elles sont toutefois exclues du domaine de l'éducation, celui-ci étant distinct. Toutes les administrations gouvernementales font partie du groupe, même les organismes tels que le Conseil des arts du Canada, exception faite des musées d'art, puisque ceux-ci sont déjà pris en considération ailleurs.

L'étude des initiatives actuelles et passées des administrations gouvernementales dans le domaine des arts plastiques permettrait d'inventorier ces dernières en vue d'en faire le bilan. Les conclusions ainsi dégagées pourraient être reliées à l'élaboration des décisions au gouvernement fédéral, même si le champ d'application de l'étude englobait également les administrations provinciales et locales.

Étant donné que les programmes de participation gouvernementale font déjà l'objet d'évaluations à d'autres niveaux, nous n'envisageons pas d'en faire une dans la présente série d'études.

• Les médias de communication

Les médias de communication ne manifestent pas directement leur présence dans le domaine des arts plastiques; ils y jouent néanmoins un rôle important, car ils en suivent l'évolution et assurent la promotion des oeuvres produites. Une étude des médias viserait principalement à cerner le rôle de ceux-ci et à évaluer leur influence. On pourrait alors décider s'il y a lieu d'en élargir ou d'en diversifier la participation. Elle permettrait également de se renseigner sur l'ampleur et la qualité de la diffusion assurée aux arts plastiques par les moyens de communication, sur les réactions face à cette diffusion et sur les possibilités de l'élargir ou de la modifier.

fournitures, source de produits d'art plastique, marché pour nos propres produits et source d'enseignants et d'autres services éducatifs. De plus, l'art étranger a toujours constitué pour le public un point de repère pour la compréhension et l'appréciation de toutes les formes d'art plastique. Au sens large du terme, le secteur étranger regroupe:

- tous les producteurs et les grossistes, en tant que sources et importateurs d'oeuvres d'art à vendre ou à exposer au Canada;
- tous les exportateurs d'oeuvres d'art produites ici ou ailleurs, pourvu que leur siège social et le centre de leurs activités soient situés au Canada;
- tous les acheteurs et spectateurs canadiens à l'extérieur du Canada, par exemple les musées d'art et les festivals;
- toutes les écoles de beaux-arts à l'extérieur du Canada.

L'étude proposée envisagerait le secteur

étranger sous deux angles: (a) le courant des échanges en général et (b) l'enrichissement des données recueillies par les autres études au moyen de l'examen, par exemple, de la distribution en gros et au détail. Étant donné ses avantages possibles et la modicité de son coût, la première partie de l'étude pourra être menée sous peu. Pour la deuxième partie, il faudra attendre de connaître les résultats des autres études.

- *Autres utilisateurs des oeuvres d'art plastique*
 Outre leur forme première de présentation, les arts plastiques trouvent divers usages (calendriers, affiches, cartes de souhaits, etc.) qui peuvent s'avérer des sources de revenus et de publicité supplémentaires pour les artistes. Nous ne consacrerons pas d'étude spéciale à ce sujet, mais il sera tenu compte de l'existence, du rôle et de l'importance du groupe d'utilisateurs en question dans les travaux effectués. Ce groupe comprend:

- tous ceux qui utilisent des objets d'art comme accessoires dans un décor pour un message publicitaire, dans une pièce de théâtre, à la télévision, au cinéma, etc.;

GroupeS périphériques

• AssociationS

haut mentionnés, dans leurs capacités d'acheteurs d'oeuvres d'art ou de mécènes ou encore, d'exposants de ces oeuvres, si ces expositions représentent une infime partie de leurs activités commerciales. Si le Conseil pour le monde des affaires et des arts du Canada n'avait pas récemment fait une enquête sur ce groupe (en 1979), on en recommanderait assurément l'étude, suivie d'une prompte intervention. Toutefois, dans l'état actuel des choses, le projet sera retardé puisque les données existantes sont déjà suffisantes pour prendre des décisions, les autres études peuvent se faire quand même, et le coût estimatif de l'étude est élevé par rapport à sa rentabilité prévue.

Dans tous les secteurs du monde des arts plastiques, les associations ont un rôle important à jouer. Aussi faut-il formuler une définition assez large pour :

- inclure tous les groupes ou les organisations constitués dans les formes, dont le but est de s'intéresser au monde des arts plastiques ou d'y être actifs, et dont les membres en font partie pour ces raisons;
- exclure tout "musée d'art" particulier, mais inclure toutes les associations bénévoles de musées d'art regroupant des citoyens, par exemple, l'Association de la Galerie nationale, à Ottawa;
- inclure les groupements formés de membres d'autres groupes participants, par exemple, une association constituée de galeries commerciales et de groupes d'artistes et d'administrateurs.

L'étude des associations permettrait de

déterminer leur taille, leur mode de fonctionnement et leurs influences. Cependant, on sait que celles-ci font connaître leurs vues au gouvernement, de sorte qu'à l'heure actuelle, aucune étude spéciale ne s'impose.

• Le secteur étranger

Le secteur étranger manifeste sa présence au Canada en tant que source de matériel et de

- *Les exposants, consommateurs et acheteurs*
Sont regroupés sous cette rubrique les établissements qui achètent des oeuvres d'art pour les exposer plutôt que pour les vendre, comme les archives et les musées. Ce sont donc indirectement des consommateurs, mais directement des acheteurs. Pour englober tous les membres possibles de ce groupe, il importe d'employer une vaste définition qui s'appliquerait :
- à tous les établissements et toutes les organisations qui exposent normalement une partie ou l'ensemble d'une collection (permanente) d'oeuvres d'art pour le grand public, cette activité constituant la raison d'être et le principal motif de fréquentation de ces établissements par le public,
- sauf si ces établissements ou organisations présentent des oeuvres uniquement en les exposant en des lieux où le public se rend normalement pour des raisons autres que pour voir ces oeuvres (par exemple, le hall d'entrée d'un immeuble de bureaux.
- Ici, la recherche envisagée fournirait des informations sur les différents musées d'art ainsi que diverses données globales. Elle ne sera toutefois pas effectuée dans l'immédiat, parce que Statistique Canada et le Conseil pour le monde des affaires et des arts du Canada possèdent déjà des données numériques assez vastes pour être utilisées.
- *Les entreprises et autres établissements, acheteurs et exposants*
Le groupe présente un grand intérêt, parce qu'il peut constituer une source appréciable d'appuis pour les artistes, un acheteur éventuellement important, et un exposant d'oeuvres d'art. Citons, à titre d'exemple, les banques, les hôtels ou les détaillants. Les critères suivants s'appliqueront pour le choix des participants aux études envisagées ici :
- tous les particuliers, groupes ou organismes du Canada possédant une entreprise commerciale ou autre (et non mentionnés ailleurs) qui s'intéressent d'une quelconque façon aux oeuvres d'art produites ici;
- les personnes, groupes ou organismes ci-

artistique et permettrait de se faire une idée approximative de la taille de ce dernier.

Dans le contexte actuel, ce groupe revêt une importance primordiale pour l'établissement du plan; il sera donc étudié en priorité et dans le plus bref délai, notamment parce que:

- la connaissance de ce secteur est capitale si l'on veut mener d'autres études en vue de formuler une politique;
- la rentabilité de l'étude, c'est-à-dire les nouvelles connaissances pertinentes qu'elle permettra d'acquérir, est très élevée;
- selon les artistes avec lesquels nous avons communiqué, les canaux de distribution constituent une préoccupation majeure;
- l'étude se justifie sur le plan coût/rendement.

Étapes de la consommation/ de l'appréciation

● *Le grand public, acheteur et spectateur*

Le public profite des oeuvres d'art, soit directement en les achetant ou en les louant, soit indirectement en allant les voir à des expositions. Pour les besoins de l'étude, nous englobons, dans le terme "public",

- toutes les personnes se trouvant au Canada à titre de citoyens ou de visiteurs, dans leurs capacités respectives de spectateurs ou d'acheteurs d'oeuvres d'art.

En étudiant ce secteur, on obtiendra un

rapport sur les activités du grand public touchant le domaine des arts, ce qui s'avèrera utile pour l'élaboration des stratégies de marketing. Par ailleurs, on dégagera d'autres secteurs de recherches plus restreints: on croit en effet que l'étude permettra de constater très tôt la grande fragmentation du marché.

Il est absolument essentiel d'établir une

banque de données sur les acheteurs pour intervenir par des politiques et guider les artistes qui souhaitent vendre davantage de leurs oeuvres. Par conséquent, même si ce type de recherche peut être coûteux, on lui accordera une grande priorité, car les résultats prévus auront une valeur certaine.

studios trop élevés, encadrements trop chers, livraisons de marbre trop lentes, etc.). Pourtant, deux raisons s'opposent à l'exécution d'une étude aussi vaste. La première, c'est qu'il faudrait en fait une série d'études — une pour chacun des grands groupes de fournisseurs — donc une approche beaucoup plus complexe qu'on ne pourrait le croire de prime abord. La deuxième, c'est que les solutions à la plupart des problèmes évoqués ne sont probablement pas du ressort de la Direction des arts et de la culture (par exemple, location de locaux pour les studios, prix étrangers, etc.). Aussi, aucune étude ne sera entreprise à ce sujet puisque les résultats prévus ne seraient pas d'une grande utilité.

Étapes de la distribution

• Intermédiaires

Les intermédiaires font la location ou la vente des oeuvres d'art, en gros ou au détail. Une très vaste définition comprenant plusieurs sous-classes servira à les désigner. Le groupe des intermédiaires comprend:

- tous les endroits où l'on offre normalement des oeuvres d'art au public, par exemple les magasins de meubles, les ventes aux enchères, les galeries d'art et les boutiques gérées par des artistes;
- les représentants s'occupant de l'exportation sur les marchés étrangers des oeuvres d'art produites au Canada;
- les ventes directes, par les artistes, d'oeuvres finies ou de commandes spéciales;
- les agents et les conseillers artistiques qui facilitent la vente, la location et l'utilisation des objets d'art.

Le groupe exclut:

- les musées d'art publics qui peuvent louer des oeuvres d'art ou vendre des reproductions comme activité secondaire, leur activité principale consistant à exposer ces oeuvres (voir autres définitions).
- L'étude de ce secteur fournirait une analyse économique des intermédiaires sur le marché

possède une caractéristique secondaire pertinente (par exemple, enseigner les arts plastiques).

En 1978, Statistique Canada a mené une enquête sur les artistes du domaine des arts plastiques qui lui a permis de réunir la plupart des renseignements utiles à cet égard. C'est pourquoi nous ne proposons pas, à l'heure actuelle, d'entamer de nouvelles recherches dans ce domaine.

● *Établissements de formation*

Les établissements qui forment et emploient des artistes dans le domaine des arts plastiques forment un groupe dont les influences directes et indirectes ne sont pas à négliger, et qui a un rôle à jouer dans l'éducation des consommateurs. Font partie de ce groupe :

- tous les établissements ou organismes reconnus qui dispensent une formation spécialisée dans les diverses techniques des arts plastiques
- les établissements offrant les services de tuteurs à temps plein ou partiel
- les établissements spécialisés dans les cours par correspondance qui offrent des services similaires à ceux mentionnés ci-dessus.

Une étude sur le sujet permettrait de rédiger un rapport décrivant la situation passée et présente des établissements de formation artistique au Canada. Il ne s'agit toutefois pas là d'une question hautement prioritaire, puisque les possibilités d'en dégager des mesures, outre l'augmentation des subventions, sont assez limitées. La rentabilité d'une étude spéciale est donc douteuse pour le moment.

● *Fournisseurs*

Ce groupe se compose des personnes et des organisations qui fournissent aux artistes divers services ainsi que les matériaux bruts et semi-finis dont ils se servent pour produire, présenter, distribuer et conserver leurs oeuvres.

On a souvent souligné la nécessité d'entreprendre une étude spéciale sur les fournisseurs de biens et de services dans ce domaine. Habituellement, c'était en réaction contre un problème particulier (loyers des

s'évaluer en temps, en personnel et en dollars.

3. PROJETS DE RECHERCHE PROPOSÉS

Pour faciliter l'application du plan de recherche, nous avons subdivisé en douze groupes les cinq éléments constituant du modèle. Chaque groupe fera l'objet d'une étude distincte qui répondra aux questions suivantes:

Quels sont les membres du groupe et quelles sont leurs caractéristiques? Comment se présente le groupe sur les plans économique, socio-culturel et technique?

Pourquoi existe-t-il des liens de dépendance entre les membres du groupe eux-mêmes et entre le groupe et le reste du monde? De quelle nature sont ces liens? Quel est le comportement du groupe?

Quels sont les problèmes auxquels se heurtent les membres du groupe individuellement et collectivement sur le plan des structures et du comportement?

Quelles mesures pourraient alléger ses difficultés, à la lumière des réponses apportées aux trois premières questions?

Étapes de la production

• Artistes

Plusieurs critères permettent d'identifier les membres du groupe: (1) une formation professionnelle précise; (2) une production ou des ventes annuelles atteignant un niveau déterminé; (3) la possibilité de faire juger leurs oeuvres par des spécialistes ou par des confrères; (4) l'appartenance déclarée à ce groupe ou (5) une combinaison de plusieurs de ces critères. Sera considéré comme premier critère d'appartenance à ce groupe, le fait qu'une personne se dise elle-même artiste spécialisée dans les arts plastiques et qu'elle

pourra être mesuré que si l'on connaît le milieu économique dans lequel ils s'inscrivent. Par ailleurs, les oeuvres d'art se marchandant de la même façon que les autres biens de consommation, le choix de cette approche se justifie pleinement.

Le modèle se compose de cinq éléments essentiels: (1) les produits bruts et les producteurs qui transforment ceux-ci en oeuvres d'art; (2) les intermédiaires qui distribuent ces oeuvres; (3) les consommateurs qui achètent ou qui vont voir ces oeuvres; (4) les groupes périphériques qui ont de fréquentes interactions avec les groupes-cibles et, (5) diverses forces extérieures, dont les politiques gouvernementales, qui influent sur ces mêmes groupes.

Les flèches sur le graphique indiquent les principales voies de circulation des produits parmi les participants dans la sphère canadienne des arts plastiques. Dans les paragraphes qui vont suivre, nous allons décrire la composition des groupes participants et établir l'ordre de priorité d'une douzaine de travaux de recherche à leur sujet.

Etablissement du calendrier de travail et priorités

Étant donné que les priorités et les budgets ne permettront pas nécessairement la pleine réalisation du plan de recherche (du moins au cours des prochaines années), chaque projet a été évalué d'après les critères suivants:

- (1) *Actualité des connaissances.* Quelle est l'utilité des études officielles menées jusqu'à présent et des bases de données dont on dispose? Quand deviendra-t-il nécessaire de mettre ces connaissances à jour?

- (2) *Rentabilité prévue.* Selon toute prévision, le projet sera-t-il assez rentable pour justifier son exécution? Le terme rentabilité désigne ici l'utilité prévue des résultats de l'étude pour l'élaboration d'une nouvelle politique fédérale en matière d'arts plastiques.

- (3) *Coût de l'étude.* Le coût d'une étude doit

- sculptures
- gravures et estampes
- photographies
- livres illustrés par des artistes
- art multidisciplinaire
- art vidéo

On a ensuite dressé la liste des oeuvres

exclues de la définition, de manière à imposer des limites raisonnables aux études possibles.

Ce sont:

- les films et les enregistrements vidéo
- l'art commercial, c'est-à-dire les objets destinés à servir de support publicitaire à des installations ou des services sans caractère ni vocation artistique
- les objets décoratifs produits en série
- les oeuvres d'art du spectacle (c'est-à-dire les oeuvres dont la présentation exige la présence de personnes)
- les recueils d'oeuvres d'art et les ouvrages consacrés à des artistes

Dans trois autres catégories, il a été plus

difficile de tracer des lignes de démarcation. Les décisions suivantes ont donc été prises.

L'*artisanat* a toujours été considéré comme une forme courante d'expression artistique. Il faudrait donc que certains genres de travaux d'artisanat soient reconnus explicitement comme oeuvres d'art pour les besoins des études à effectuer. L'*art d'amateur*, qui désigne les productions de personnes aux dispositions, expérience et talent inégaux, sera sûrement considéré à l'occasion dans le cadre des études. On s'attardera toutefois uniquement au courant général des artistes et de leurs oeuvres. L'*art autochtone* est constitué des oeuvres produites par les Indiens et les Inuit du Canada et sera inclus dans toutes les études.

Schéma analytique

Le graphique qui suit illustre le modèle

conceptuel qui a servi à l'élaboration du plan. Il s'agit d'un modèle économique type adapté, couramment employé pour l'analyse des différents secteurs commerciaux ou industriels. Ce choix s'explique par la nécessité d'élaborer des outils décisionnels acceptables. En effet, on peut supposer que ceux-ci seront économiques plutôt qu'artistiques, puisque leur impact ne

recherches ultérieures.

En même temps que le plan prenait forme, avaient lieu des entretiens suivis avec diverses personnalités et organisations de la communauté artistique canadienne, dont les artistes et associations artistiques de tout le pays, des associations de marchands d'oeuvre d'art et des représentants des administrations gouvernementales. En général, les personnes consultées ont accueilli favorablement l'idée d'un programme de recherche et elles sont parvenues à un accord sur la plupart des questions débattues. La présente brochure, basée sur les recommandations des conseillers, résume le plan de recherche suivi par la Direction des arts et de la culture.

2 ELABORATION DU

PLAN DE RECHERCHE: DONNÉES DE BASE

Avant d'entreprendre la mise en oeuvre du plan de recherche, il fallait arrêter des lignes directrices pour limiter l'envergure des différents projets. D'abord, on a formulé une définition pratique de l'expression "art plastique". Ensuite, il a fallu élaborer un cadre, ou un modèle, pour choisir les meilleurs projets. Enfin, on a fixé les critères qui ont servi au classement des projets en ordre de priorité.

Définition de "l'art plastique"

"L'art plastique" est un art qui s'apprécie exclusivement ou principalement par la vue. C'est uniquement sur la définition du mot "art" que les opinions diffèrent. Pour les besoins du plan, la meilleure façon de s'entendre consistait à énumérer ce qui serait considéré comme art plastique et de préciser ce qu'il ne le serait pas. Nos efforts ont abouti à la liste suivante, qui ne se veut pas exhaustive:

— peintures
— dessins

1 INTRODUCTION

Il n'existe à l'heure actuelle aucune documentation exhaustive sur la situation des arts plastiques au Canada; par ailleurs, la politique élaborée par l'administration fédérale dans ce domaine n'est pas encore tout à fait au point. C'est pourquoi la Division de la recherche et des statistiques (qui relève de la Direction des arts et de la culture du ministère des Communications) a commandé au Bureau des conseillers en gestion du ministère des Approvisionnements et Services, un plan global de recherche dont on pourra éventuellement dégager des informations plus précises sur les arts plastiques au Canada en vue de formuler une politique.

Le plan en question, qui repose sur une base analytique, s'inscrit dans une perspective économique. On a choisi cette approche parce qu'on s'attend à ce que la plupart des mesures à prendre aient des répercussions sur les aspects économique et commercial des arts plastiques. Ce plan consiste donc en douze recherches spécifiques possibles. L'information fournie par celles-ci inspirera au gouvernement fédéral des mesures qu'il pourra appliquer directement ou par l'intermédiaire de l'un de ses organismes. Enfin, il n'est pas à exclure que les conclusions de ces recherches influent sur les décisions du secteur privé, et il est fort probable qu'elles profiteront aux artistes eux-mêmes.

L'identification de groupes-cibles distincts était essentielle à la conception de projets de recherche utiles et réalisables. On s'est donc attardé à bien définir les constituantes de ces groupes, leurs modes d'interaction et les outils décisionnels propres à améliorer leur situation. La somme des nouvelles connaissances escomptées, leur utilité et leur coût ont présidé à l'établissement de l'ordre de priorité des projets. C'est ainsi qu'il est proposé de mener sans délai deux études, l'une sur le système de distribution des objets d'art plastique, l'autre sur le grand public, consommateur d'art. Les autres thèmes figurant sur la liste feront l'objet de

MATIÈRES

1 INTRODUCTION

1

2 ELABORATION DU PLAN DE RECHERCHE: DONNÉES

DE BASE

Définition de "l'art plastique"

Schéma analytique

Etablissement du calendrier de travail

et priorités

3 PROJETS DE RECHERCHE

PROPOSÉS

Étapes de la production

Artistes

Établissements de formation

Fournisseurs

Étapes de la distribution

Intermédiaires

Étapes de la consommation/
de l'appréciation

Le grand public, acheteur et

spectateur

Les exposants, consommateurs

et acheteurs

Les entreprises et autres établissements,

acheteurs et exposants

Groupes périphériques

Associations

Le secteur étranger

Autres utilisateurs des oeuvres d'art

plastique

Forces externes

Les administrations gouvernementales

Les médias de communication

4 CONCLUSION

13

GRAPHIQUE: SCHEMA ANALYTIQUE
DES ARTS PLASTIQUES AUX

CANADA

14

Canada

PLAN DE
RECHERCHE
POUR
LES ARTS
PLASTIQUES
AU CANADA



3 1761 11551179 2



Gouvernement du Canada
Ministère des Communications
Arts et Culture

Government of Canada
Department of Communications
Arts and Culture